

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-5-1.17>

Грушина Маргарита Владимировна

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ СОВРЕМЕННЫХ НИКНЕЙМОВ (НА ПРИМЕРЕ ОТКРЫТЫХ ЧАТ РУМОВ)

Интернет - глобальная телекоммуникационная сеть - является неотъемлемой частью нашей жизни. Создавая в виртуальном пространстве новую личность, человек прежде всего обращает внимание на свое имя. Никнейм является мощным оружием отождествления себя и других людей с чем-то особенным и личным. Цель данного исследования заключается в анализе и выявлении роли гендерного аспекта при выборе никнейма. В статье также рассматриваются классификации никнеймов по различным критериям, таким как личностные и физические характеристики, а также расовая и культурная принадлежность пользователя и др.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2018/5-1/17.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2018. № 5(83). Ч. 1. С. 86-89. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2018/5-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

9. Петрова Е. А. Анализ рема-доминантных типов диктем [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/analiz-rema-dominantnyh-tipov-diktem> (дата обращения: 20.12.2017).
10. Руднев В. П. Теоретико-лингвистический анализ художественного дискурса: автореф. дисс. ... д. филол. н. М., 1996. 47 с.
11. Сорокин Ю. Е. Функционирование конструкций приблизительной оценки в современном английском языке и явление оппозиционного замещения // Функциональные аспекты текста: межвуз. сб. научн. трудов. Самара: Изд-во СамГПУ, 1998. С. 9-13.
12. Тынянов Ю. Н. О литературной эволюции // Тынянов Ю. Н. Поэтика. Теория литературы. Кино. М.: Наука, 1977.
13. Хемингуэй Э. Рассказы Ника Адамса / пер. И. Дорониной. М.: АСТ, 2013. 352 с.
14. Шмид В. Нарратология. М.: Языки славянской культуры, 2003. 312 с.
15. Щербик В. Р. Единицы текста и их семантическая организация (на материале английских коротких рассказов): автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 1993. 16 с.
16. Barnes J. The Porcupine. Toronto: Picador, 1993. 214 p.
17. Boyd W. A Good Man in Africa. N. Y.: Penguin Books, 1982. 352 p.
18. Dolezel L. Narrative Models in Czech Literature. Toronto: University of Toronto Press, 1973. 253 p.
19. Faulkner W. Go Down, Moses. N. Y.: Penguin Modern Classics, 1970. 318 p.
20. Heller J. Catch-22. L.: Corgi Books, 1969. 408 p.
21. Hemingway E. Men without Women. Harmondsworth: Penguin Books, 1969. 192 p.
22. Maugham W. S. Cakes and Ale. M.: Moscow Progress Publishers, 1980. 320 p.
23. Wodehouse P. G. The Mating Season. N. Y.: Penguin Books, 1976. 304 p.

SEMANTIC AUTHOR/NARRATOR'S TEXTUAL CENTERS

Gritskova Anna Vladimirovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Samara State University of Social Sciences and Education
gritskova@pgsga.ru

The article is devoted to analyzing the components of author/narrator's semantic textual centers (fixed, oscillating and diffusive), which include different structural-semantic types of dictemes – elementary thematizing units of the text. The paper aims to identify the structural-semantic and functional-pragmatic peculiarities of interaction between the mentioned semantic centers in a literary text in the aspect of transferring the author's modal evaluation ("author's semantics"). Applying to the dicteme category allows the researcher to provide a more detailed description of artistic discourse as one of the basic factors of logical and linguistic cognition of associations and relations.

Key words and phrases: dicteme; narrative; author; evaluative dicteme; textual and semantic center.

УДК 811.119

Дата поступления рукописи: 05.02.2018

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-5-1.17>

Интернет – глобальная телекоммуникационная сеть – является неотъемлемой частью нашей жизни. Создавая в виртуальном пространстве новую личность, человек прежде всего обращает внимание на свое имя. Никнейм является мощным оружием отождествления себя и других людей с чем-то особенным и личным. Цель данного исследования заключается в анализе и выявлении роли гендерного аспекта при выборе никнейма. В статье также рассматриваются классификации никнеймов по различным критериям, таким как личностные и физические характеристики, а также расовая и культурная принадлежность пользователя и др.

Ключевые слова и фразы: гендерные исследования; интернет-коммуникация; никнейм; гендерные стереотипы; виртуальная среда.

Грушина Маргарита Владимировна, к. филол. н.

Государственный гуманитарно-технологический университет, г. Орехово-Зуево
propyakina_margo@mail.ru

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ СОВРЕМЕННЫХ НИКНЕЙМОВ (НА ПРИМЕРЕ ОТКРЫТЫХ ЧАТ РУМОВ)

Исследования, основной проблематикой которых является гендерный аспект, представляют собой относительно новую отрасль научного знания, которая активно развивается и постоянно обновляет сведения о коммуникативном поведении личности. Будучи междисциплинарным направлением, гендерные исследования рассматривают вопросы, обусловленные различными социальными ролями и социальными статусов мужчин и женщин. Исследования гендерных проблем предпринимаются в различных областях академической науки (антропология, социология, лингвистика и другие), что позволяет изучать гендерную проблематику всесторонне и получать новые стимулы для измерения всех социальных феноменов современного общества.

Интернет – глобальная телекоммуникационная сеть – является важной частью нашей жизни. Виртуальное пространство практически не имеет границ и, таким образом, наделяет человека той степенью свободы, которой он не обладает в реальной жизни. Одной из неограниченных возможностей является способность человека

создавать виртуальную личность, которая будет персонализировать пользователя в виртуальной среде. Таким образом, выявление роли гендерного аспекта при выборе никнейма в сети является задачей данной работы.

Создавая в виртуальном пространстве новую личность, человек прежде всего обращает внимание на свое имя, которое будет использоваться им для осуществления доступа в Интернет. Никнейм, или псевдоним, представляет собой «условное имя», которое человек выбирает для себя сам [1, с. 83]. Это некая визитная карточка тщательно продуманного виртуального образа человека, с помощью которого можно скрыть настоящую информацию о себе и акцентировать внимание на каких-либо личностных качествах. Выбирая себе новое имя, человек руководствуется следующими принципами – анонимность, идеальное «Я», вызов другим участникам интернет-коммуникации [10, с. 64-65].

Большинство никнеймов, которые выбирают пользователи для общения в виртуальном пространстве, могут соотноситься с личностными характеристиками человека, формируя таким образом у других пользователей определенное впечатление о человеке, с которым им предстоит общение. Личностные характеристики пользователя не всегда отражают только положительные качества его личности [11, р. 525].

Рассмотрим следующие примеры никнеймов: *Cupid* (*Купидон*) и *blood_hammer* (*Кровавый_молот*) [15]. Из приведенного примера следует, что псевдоним *Cupid* соответствует положительным личностным характеристикам человека, поскольку один из древних мифов о личности Купидона повествует о том, что он был идеальным возлюбленным, о котором можно только мечтать, истинным воплощением любви и нежности. Таким образом, у пользователей социальных сетей, а также сайтов знакомств или любых других чатов формируется положительная ассоциация, связанная с возвышенными чувствами и романтичностью натуры, скрываемой за данным никнеймом.

Псевдоним *Blood_hammer* (*Кровавый_молот*), в отличие от *Cupid* (*Купидона*), соответствует негативным чертам характера человека или используется им для устрашения. Такого рода псевдоним нацелен на создание образа жестокости и твердости.

Наличие в культуре и языке такого явления, как псевдонимы или никнеймы, предполагает существование различных подходов к их классификации по определенным категориям. Например, Донна Старкс и Керри Тейлор-Лич в своем научном проекте, посвященном изучению никнеймов и самоопределению взрослых личностей, подразделяют классификации на несколько групп. Авторы выделяют следующие критерии: никнеймы, относящиеся к какой-либо физической характеристике человека, такой, как рост, вес, цвет волос; личные предпочтения или привычки [14, р. 88-89], например, *Pretty* (*милашка*), *Unmatched* (*бесподобный или бесподобная*), *Blondie* (*блондинка*), *Butterball* (*пышечка*); прозвища, относящиеся к культурной или расовой принадлежности пользователя; прозвища либо рифмующиеся с именем человека, либо уменьшительно-ласкательные от полного имени человека, например, *Sophie* (*Софи – уменьшительное от София*) или *Jessie* (*Джесси – уменьшительное от Джессика*) [15]. Таким образом, авторы приходят к выводу, что для человека характерно использование элементов косвенной номинации при выборе псевдонима для виртуальной личности.

Существуют другие классификации никнеймов, например, В. Г. Дмитриев в книге «Скрывшие свое имя (из истории анонимов и псевдонимов)» [4, с. 99-149], основываясь на семантическом принципе, выделил следующие подгруппы: эйдонимы – характеризуют пользователя с физической стороны, на сегодняшний день встречаются довольно редко, поскольку чаще всего данные никнеймы люди обычно получают от своих родных; титулонимы – указывают на общественный статус, должность или хобби: *Lord*, *Шаман*, *Marshal*, *Senator*; аллонимы или полу-аллонимы соответствуют реальному человеку – *Kobzon*, *Taussua*, *Бпутая Спирс*; геронимы – имена литературных и мифологических персонажей: *neo*, *Бармалей*, *Gerda*, *Feyona*; френонимы подчеркивают особенности характера пользователя – *Шизофреник*, *Застенчивый*, *Девочка с характером*, *Агрессивная Зайка*; группа физионимов (никнеймы, связанные с природными явлениями): *Moonlight* – *Лунный свет*; фитонимы (никнеймы, олицетворяющие растения и цветы) – *Глориоза*, *Зефирантес*, *Нерине*, *Рео*; орнитонимы (птицы); зоонимы (животные) – *Raptor*, *TIIGR*, *Злая волчица*; и энтононимы (насекомые) – *Ядовитая бабочка*, *таракашка_она* [5; 15].

Благодаря гендерным исследованиям проблемы сущности человека и его предназначения получили гендерное измерение, обусловленное связью с социально-половыми ролями каждой отдельной личности и существующей в любом обществе иерархии и дискриминации по половому признаку [3, с. 221]. В условиях интернет-общения у человека появляется больше возможностей для самоопределения. Виртуальная личность, виртуальная среда и имя, которое выбрал для себя пользователь, дают возможность человеку быть кем угодно, выглядеть как угодно и быть существом любого пола по своему выбору, – словом, для личности не существует границ, характерных для реального мира [2, с. 36-38]. Виртуальное пространство побуждает пользователя к перевоплощению, позволяет представить себя в желаемом образе.

Перед лингвистами и социологами стоит серьезная задача выстроить органическую модель гендерных отношений, в которой, по мнению Е. И. Горошко, измерения мужской и женской общественной жизни должны быть общественно сбалансированы.

Гендерный фактор при выборе современных никнеймов играет важную роль, поскольку пользователи выбирают никнеймы с большой осторожностью и рассматривают их как «собственность». В своем совместном исследовании группа ученых П. Лейберих, Я. Недошил, М. Никель, Т. Лоу и К. Трит предприняли попытку выявить степень важности никнейма для современных пользователей сети Интернет. Результаты проведенного опроса показали, что большинство пользователей воспринимают свой никнейм как неотъемлемую часть себя, и если обстоятельства потребуют заменить ник, то они потеряют часть своей личности [12, S. 267-268].

Созданный образ может оказывать влияние с точки зрения гендерных стереотипов, поскольку виртуальная среда с позиции гендера представляет собой отражение массового сознания и культуры общества. Гендерные стереотипы основаны на общепринятых представлениях о мужественности и женственности [11, р. 527], поскольку они являются социальными конструкциями и представляют собой совокупность социальных и культурных норм относительно поведения мужчин и женщин. Таким образом, с раннего детства личность учится воспринимать на основе ассоциаций, что есть мужское, а что женское. Необходимо отметить, что в большинстве обществ эти категории содержат достаточно разнообразные представления и ассоциации, связанные не только с анатомическими особенностями, разделением труда и установками личности, но и метафорические черты [7, с. 36-48].

Например, одним из таких стереотипов является то, что мужские никнеймы чаще всего олицетворяют силу, жесткость и мужественность – *Cowboy (Ковбой), Warrior (Воин), Tough_nut (Крепкий орешек)*, в то время как женские относятся к красоте, мягкости и женственности – *Beautiful (Красавица), Pretty (Милашка), Flower (Цветочек)* [15].

Для выявления степени влияния гендерного аспекта личности на выбор никнейма в рамках нашего исследования было рассмотрено и проанализировано 200 никнеймов зарегистрированных пользователей открытых чат румов, таких, как «Мужской клуб» (открытый форум для мужчин) и “Spring...” (открытый форум для девушек и женщин) [8; 13]. Удобство данных интернет-ресурсов заключается в том, что администраторы сайта предоставляют возможность видеть все зарегистрированные никнеймы.

Анализируя собранный материал, нам удалось выявить 6 основных групп никнеймов, которые выбирают пользователи для коммуникации.

Первая группа включает в себя так называемые полные никнеймы, в которых указываются настоящие имена и фамилии пользователей. Представители данной группы никнеймов довольны своим именем и социальным положением и не чувствуют необходимости скрывать свою реальную личность [6, с. 12], например: *Roman, Марина Иванова, Koljan*.

Вторая группа никнеймов представляет собой характеристики, относящиеся к личным качествам человека, – внешний вид, профессия, хобби, самооценка, географическое положение. Например, *Xirurg, Blondinochka, Krasotka*.

В третью группу можно отнести имена и никнеймы, в основе которых присутствует уменьшительно-ласкательный суффикс. Например: *Ленок, Marmeladka, Solnushko, Sonechko*.

Четвертая группа объединяет никнеймы, связанные с флорой, фауной, красивыми явлениями природы, мифами и литературными персонажами. Например: *Dream, Angel, HyperioN, Брахм* и другие.

К пятой группе относятся никнеймы, передающие психоэмоциональное состояние пользователя. Например: *Одинокий Пастух, Firetears, Krik*.

К шестой группе относятся никнеймы-аббревиатуры. Например: *jk, vvs, 7eH* и другие.

Результаты, полученные в ходе анализа собранного материала, были переведены в процентное соотношение и занесены в Таблицу 1.

Таблица 1. Распределение современных мужских и женских никнеймов по основным группам, %.

Никнеймы	«Мужской клуб» (Мужской форум)	“Spring...” (Женский форум)
1. Полные	19%	30%
2. Характеристики, относящиеся к личным качествам человека	37%	29%
3. Ласкательно-уменьшительные	4%	19%
4. Флора, фауна, мифы, герои, явления природы	18%	9%
5. Психоэмоциональное состояние	15%	11%
6. Аббревиатура	7%	2%

Данные исследования показали, что участники мужского и женского форумов отдают предпочтение никнеймам первой (19/30%), второй (37/29%), третьей (4/19%) и четвертой (18/9%) групп.

Приблизительно одинаковое количество мужчин и женщин предпочли выбрать никнеймы, передающие их психоэмоциональное состояние (15% – мужчины, 11% – женщины). Немногочисленное количество мужской (7%) и женской (2%) аудитории выбирают никнеймы-аббревиатуры.

Характерной особенностью представленных результатов является то, что пользователи, выбирая никнейм, руководствуются общепринятыми образами маскулинности и фемининности.

Опираясь на образцы фемининности, женщины предпочитают создавать для своих виртуальных личностей образы мягкие, женственные, связанные с чем-то прекрасным. Доказательством могут служить никнеймы третьей группы. Из сотни проанализированных женских никнеймов 19% имеют уменьшительно-ласкательный суффикс, у представителей мужского форума насчитывается всего 4%.

Используя общепринятые образцы маскулинности, мужчины стремятся создавать вокруг своей виртуальной личности ореол мужественности и некой загадочности. Никнеймы четвертой (18%) и шестой (7%) групп связаны с необычными явлениями природы, мифами и героями, а также аббревиатурами. Например, *Gladiator – Гладиатор, Centurion – Центурион, Stark (герой комиксов), jk, 7eH*.

Таким образом, к гендерно дифференцирующим параметрам можно отнести такие группы никнеймов, в которых присутствует уменьшительно-ласкательный элемент, и никнеймы-аббревиатуры, поскольку разница процентного соотношения в исследовании мужских и женских никнеймов по данным группам составляет приблизительно 50%, что является результатом гендерных стереотипов, принятых в обществе.

Незначительная разница показателей по четырем группам никнеймов также свидетельствует о том, что социальное положение мужчин и женщин меняется. Гендерный дрейф в сторону маскулинизации женщин или феминизации мужчин пока не имеет четких границ, поскольку маскулинные характеристики равномерно распределены между субъектами вне зависимости от пола, а фемининность продолжает концентрироваться в большем количестве среди субъектов женского пола [9, с. 251-252].

Благодаря проведенному анализу удалось установить, что гендерный аспект все еще играет одну из главных ролей в процессе выбора никнейма. Виртуальное имя, так же, как и виртуальную личность, можно рассматривать как предмет саморефлексии, поскольку оно отражает внутренний мир личности, позволяет человеку и другим пользователям Сети видеть его таким, каким бы он хотел быть. Таким образом, создавая виртуальную личность и оригинальный никнейм, человек может скрыть либо акцентировать внимание на особенностях своего характера, внешних данных либо дать краткую характеристику своих предпочтений. Виртуальные имена, как положительные, так и отрицательные, отождествляют личность.

Дальнейшие перспективы исследования заключаются в анализе комментариев пользователей о собственных никнеймах. Такое исследование позволит выявить скрытые мотивы выбора определенного никнейма, что, несомненно, расширит возможности гендерных исследований и поможет проследить более детально степень влияния гендерного аспекта на личность.

Список источников

1. Балкунова А. С. К вопросу о социально-лингвистических особенностях никнейма // Деятельностное понимание культуры как вида человеческого бытия: материалы VII международной научной конференции (г. Нижневартовск, 3 декабря 2009 г.) / отв. ред. В. И. Полищук. Нижневартовск: Изд-во Нижневартовского гуманитарного ун-та, 2010. С. 82-84.
2. Гермашева Т. М. Виртуальная языковая личность в пространстве блог-дискурса // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия «Филология и искусствоведение». 2014. № 2 (140). С. 36-40.
3. Горощко Е. И. Интернет-коммуникации в гендерном измерении // Вестник Пермского университета. 2006. Вып. 3. Язык – Культура – Цивилизация. С. 219-229.
4. Дмитриев В. Г. Скрывшие свое имя (из истории анонимов и псевдонимов). М.: Наука, 1977. 313 с.
5. Имена в Интернете. О создании никнеймов, об именах и псевдонимах, и о том, зачем нам все это нужно [Электронный ресурс]. URL: http://nickandnet.ru/2011/03/blog-post_18.html (дата обращения: 20.01.2018).
6. Казяба В. В. Антропонимикон немецкоязычной ICQ-коммуникации: автореф. дисс. ... к. филол. н. Архангельск, 2013. 28 с.
7. Клецина И. С., Иоффе Е. В. Гендерные нормы как социально-психологический феномен: монография. М.: Проспект, 2017. 143 с.
8. Мужской клуб [Электронный ресурс]. URL: <http://www.men-s-club.ru> (дата обращения: 19.02.2018).
9. Пронякина М. В. Феномен языковой маскулинизации женской речи как новый гендерный стереотип // European Social Science Journal (Европейский журнал социальных наук). 2014. Т. 1. № 10. С. 250-254.
10. Хорикова В. С. Когнитивный анализ никнеймов пользователей сети Интернет // Вопросы когнитивной лингвистики. 2010. № 3. С. 64-68.
11. Klerk V. de, Bosch B. Nicknames as sex-role stereotypes // Sex roles: a journal of research. 1996. Vol. 35. P. 525-541.
12. Leiberich P., Nedoschill J., Nickel M., Loew T., Tritt K. Selbsthilfe und Beratung im Internet: Mündige Benutzer können die Arzt-Patienten-Beziehung neu Gestagen // Medische Klinik. 2004. № 99 (5). S. 263-268.
13. Spring... [Электронный ресурс]. URL: <http://spring.forum.st/memberlist> (дата обращения: 14.02.2018).
14. Starks D., Taylor-Leech K. A research project on nicknames and adolescent identities // New Zealand Studies in Applied Linguistics. 2011. № 2 (17). P. 87-97.
15. Vnickname.ru [Электронный ресурс]. URL: http://vnickname.ru/nicki-dlya_devushek-2.php (дата обращения: 22.01.2018).

GENDER ASPECT OF MODERN NICKNAMES (BY THE EXAMPLE OF OPEN CHAT ROOMS)

Grushina Margarita Vladimirovna, Ph. D. in Philology
State University of Humanities and Technologies, Orekhovo-Zuevo
pronyakina_margo@mail.ru

The global Internet telecommunication network is an integral part of our lives. Creating a new personality in virtual space, first of all a person draws attention to his / her name. A nickname is a powerful tool of identifying oneself and other people with something special and personal. The purpose of this study is to analyze and identify the role of the gender aspect in choosing a nickname. The article also discusses the classification of nicknames by various criteria, such as personal and physical characteristics, as well as the race and culture of the user and so on.

Key words and phrases: gender studies; Internet communication; nickname; gender stereotypes; virtual environment.